

Durée

- 3 jours (2+1) (21 heures)

Public

- Commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux

Objectifs

- Instaurer une véritable relation centrée client avec ses interlocuteurs
- Renforcer sa prospection et sa présence terrain.
- Maîtriser les étapes d'un entretien de prospection en émission d'appel
- Mieux s'organiser pour prospecter et relancer leurs clients
- Développer la qualité d'écoute, d'analyse et d'argumentation
- Acquérir une méthode d'élaboration d'argumentaire
- Anticiper les réponses efficaces aux questions et objections
- Développer et harmoniser la directivité et la convivialité pendant leurs entretiens
- Conclure sereinement et efficacement

Méthodes pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques, et de phases de réflexion.
- Echanges interactifs.
- Mises en situation et jeux de rôles.

Intervenant

- Consultant en communication, management, techniques de vente et développement personnel

Lieu

- Chez EvryWare ou en entreprise

Mieux communiquer

*L'enjeu relationnel et commercial dans l'utilisation du téléphone et dans les entretiens face à face nécessite l'appropriation et la maîtrise des techniques de communication. L'état d'esprit centré « prospection » et « conclure une vente » suppose une prise de conscience, un changement de comportement pour appliquer concrètement les réflexes indispensables à l'établissement d'une relation téléphonique et des entretiens de qualité. L'application de ces techniques développe une nouvelle vision de l'activité commerciale. Prospecter, prendre des rendez-vous de qualité et assurer des entretiens commerciaux est liée à la **découverte, à la reconnaissance de son potentiel et au développement de sa capacité d'adaptation et d'argumentation**. C'est aussi un champ d'expérimentation personnelle et une activité qui nécessite d'être vécue de façon ludique.*

Faire reculer ses limites

La réussite commerciale est liée à la définition d'objectifs précis, à l'exigence de résultats, à l'apprentissage de stratégies et de comportements. Ces points sont essentiels pour faire apparaître une dynamique de succès. La découverte de son potentiel, l'investissement personnel, l'autonomie et la motivation sont également déterminants dans l'obtention des résultats.

- Introduction
 - Inventaire des principales problématiques rencontrées par les participants au cours de la prospection, des entretiens de vente et pendant la phase de conclusion.
 - L'image de marque de l'entreprise
 - Rappel des principes de communication
 - Le triangle de la « vente » du message
 - Les techniques de l'entretien
 - Validation de la structure de l'appel de prospection et de l'entretien face à face
 - Poser des questions : une étape essentielle
 - Argumenter
 - Accepter et traiter les objections
 - Aborder sereinement la question du prix
 - Développer une stratégie vers la conclusion
 - Préparation de la conclusion
 - Conclure son entretien de vente
 - La négociation vue sous l'angle de l'analyse transactionnelle
 - Test et prise en charge des arguments, du traitement des objections et du déroulement de l'entretien jusqu'à la conclusion
 - Conclusion
- Points forts et points à améliorer pour chaque participant. Liste des attentes.

Par des apports théoriques, des cas concrets et des mises en application – la formation va progressivement aider les participants à faire reculer leurs limites et leur permettre d'acquérir les réflexes indispensables à la réalisation d'une prospection efficace.

*Le formateur, à travers les méthodes et les comportements qu'il propose, encourage chaque personne à développer sa capacité d'implication pendant la formation et pendant son activité commerciale, à expérimenter ses nouveaux acquis au cours des phases d'accompagnement, à percevoir et à ressentir la dimension **ludique** de sa fonction pendant ses réalisations sur le terrain.*